

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi telah mengubah struktur perekonomian dunia, termasuk di Indonesia. Persaingan bisnis yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk berinovasi dan mengembangkan usahanya agar tetap kompetitif. Hal ini dipicu oleh pesatnya pertumbuhan ekonomi, terutama di sektor industri, perdagangan, dan jasa, yang berkembang dinamis seiring dengan meningkatnya kebutuhan pasar dan kemajuan teknologi.

Dalam menghadapi perkembangan bisnis yang semakin pesat di era globalisasi, maka perusahaan harus mampu mengelola aset yang dimilikinya secara efektif dan efisien. Pengelolaan aset yang tepat akan memberikan peluang terhadap perusahaan untuk memaksimalkan potensi keuntungan atau profit. Setiap perusahaan baik dalam skala kecil maupun besar tentu memiliki tujuan untuk meningkatkan profitabilitas. Profitabilitas berfungsi sebagai indikator untuk menilai keberhasilan suatu perusahaan. Peningkatan laba yang terjadi secara konsisten mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya dengan efektif dan efisien, sehingga dapat menghasilkan tingkat profitabilitas yang optimal.

Industri perdagangan besar merupakan sektor yang sangat kompetitif, dipengaruhi oleh kemunculan pesaing baru dan kemajuan teknologi. Untuk mempertahankan posisi di pasar, perusahaan harus mampu mengelola keuangan secara efektif, yang akan meningkatkan profitabilitas dan mendorong pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, perusahaan di sektor ini perlu merancang strategi yang efisien dan harus mampu meningkatkan profitabilitas. Dengan profit yang terkelola dengan baik, perusahaan dapat memastikan keberlanjutan bisnis dan mendukung pertumbuhan jangka panjang. Dalam hal ini, sektor perdagangan, khususnya sub sektor perdagangan besar, menjadi bagian yang sangat relevan karena perannya dalam mendistribusikan barang dalam jumlah besar ke berbagai pasar sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi melalui

profitabilitas yang berkelanjutan. Agar tujuan tersebut tercapai, perusahaan di sektor ini mempunyai performa yang optimal sebagai tolak ukur keberhasilan, yang menjadi dasar penting dalam menjaga daya saing. Untuk memastikan bahwa perusahaan mampu mencapai tujuan tersebut, diperlukan pengukuran kinerja yang efektif sebagai tolak ukur keberhasilan. Sebuah metode yang umum dimanfaatkan dalam penilaian kinerja perusahaan adalah analisis rasio profitabilitas. Rasio ini memberikan gambaran yang jelas mengenai potensi perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

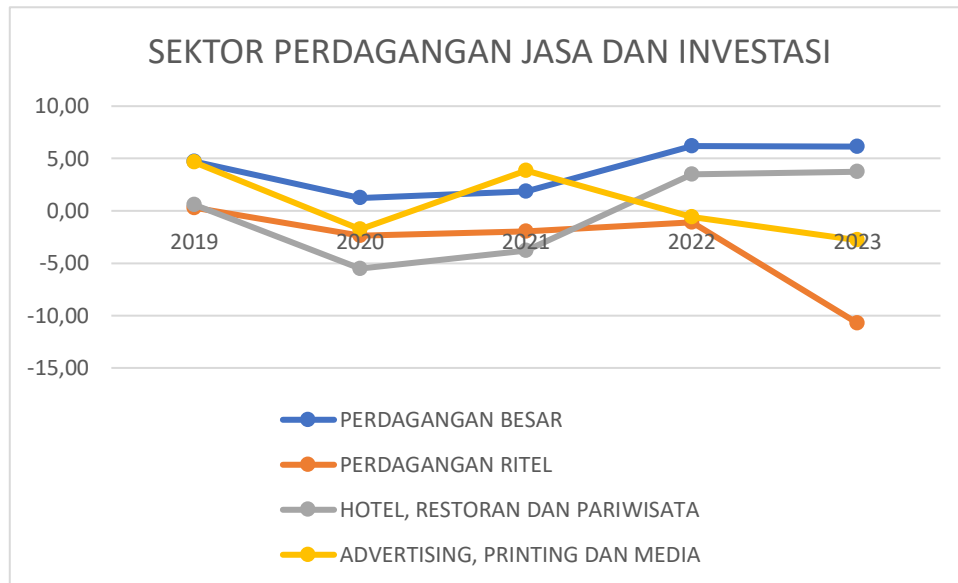
Profitabilitas mencerminkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam jangka waktu tertentu. Menurut Kasmir (2019) menyatakan bahwa rasio profitabilitas menggambarkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu. Laba menjadi salah satu indikator untuk menilai kinerja suatu perusahaan, karena semakin tinggi laba perusahaan maka kinerja dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga tinggi, sebaliknya semakin rendah laba perusahaan maka kinerja dan kemampuan Perusahaan dalam menghasilkan laba kurang baik (Lestari & Wulandari, 2019). Profitabilitas merupakan komponen utama yang harus menjadi fokus perusahaan, karena berpengaruh positif terhadap keputusan investor dalam investasi yang dijalankan. Perusahaan yang mampu memperoleh profit berpotensi menarik minat investor untuk berinvestasi (Mufid & Indrayeni, 2024).

Dibawah ini merupakan perbandingan rata-rata nilai ROA pada Sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi yang diperoleh selama lima tahun terakhir :

Tabel 1. 1
Perbandingan *Return on Asset* pada beberapa Sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi

SEKTOR USAHA	TAHUN				
	2019	2020	2021	2022	2023
PERDAGANGAN BESAR	4,72	1,23	1,86	6,19	6,15
PERDAGANGAN RITEL	0,30	-2,39	-1,94	-1,10	-10,73
HOTEL, RESTORAN DAN PARIWISATA	0,57	-5,51	-3,81	3,48	3,74
ADVERTISING, PRINTING DAN MEDIA	4,64	-1,74	3,83	-0,59	-2,80

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa perkembangan *Return on Aseet* (ROA) pada beberapa sub sektor di dalam sektor Perdagangan, Jasa, dan Investasi periode 2019-2023. Terlihat bahwa sub sektor Perdagangan Besar selalu mencatatkan ROA secara positif meskipun sempat menurun pada tahun 2020, namun berhasil meningkat kembali pada tahun-tahun berikutnya. Sebaliknya, sub sektor Perdagangan Ritel mengalami fluktuasi yang cukup tajam dengan kecenderungan negatif, bahkan mencapai -10,73% pada tahun 2023. Sementara itu, sub sektor Hotel, Restoran dan Pariwisata sempat mencatatkan nilai negatif pada 2020-2021, namun kembali positif pada 2022-2023. Adapun sub sektor Advertising, Printing dan Media menunjukkan pergerakan yang tidak stabil dengan nilai ROA yang berfluktuasi dan kembali negatif pada 2023.



Gambar 1. 1
Perbandingan *Return on Asset* pada beberapa Sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi

Berdasarkan data di atas mengenai perbandingan *Return on Aset* (ROA) pada beberapa sub sektor dalam sektor Perdagangan, Jasa, dan Investasi selama periode 2019 hingga 2023, terlihat bahwa sub sektor Perdagangan Besar memiliki kinerja keuangan yang paling stabil dan konsisten mencatatkan nilai ROA positif. Meskipun mengalami penurunan pada tahun 2020 akibat dampak pandemi COVID-19, ROA sub sektor Perdagangan Besar tetap berada di angka positif sebesar 1,23%, dan berhasil meningkat secara signifikan pada tahun-tahun berikutnya, hingga mencapai 6,19% di tahun 2022 dan bertahan di 6,15% pada tahun 2023. Capaian ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam sub sektor ini untuk mempertahankan efisiensi penggunaan aset dalam menghasilkan laba, bahkan di tengah tekanan ekonomi global.

Kondisi ini sangat berbeda jika dibandingkan dengan sub sektor lain, seperti Perdagangan Ritel yang mencatatkan ROA negatif selama lima tahun terakhir, termasuk -10,73% pada tahun 2023. Sub sektor Hotel, Restoran, dan Pariwisata juga sempat terpuruk pada 2020 dan 2021, sementara Advertising, Printing, dan Media

menunjukkan fluktuasi tajam dan cenderung tidak stabil. Perbedaan kinerja antar sub sektor tersebut menunjukkan bahwa stabilitas dan efektivitas pengelolaan aset sangat berperan penting dalam menjaga profitabilitas perusahaan. Sub sektor yang mampu menjaga ROA tetap positif, seperti Perdagangan Besar, cenderung memiliki sistem manajemen keuangan yang lebih terstruktur serta model bisnis yang adaptif terhadap perubahan pasar.

Hal ini menjadikan sub sektor tersebut sebagai tolok ukur dalam mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas secara lebih mendalam. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan penting, mengingat di saat sub sektor lain mengalami penurunan kinerja profitabilitas, sub sektor perdagangan besar justru mampu mempertahankan ROA positif dan stabil. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih lanjut karena belum terdapat penjelasan yang pasti mengenai faktor-faktor yang berkontribusi terhadap stabilitas tersebut.

Pada penelitian ini penulis menggunakan *Return on Asset* (ROA) untuk mengukur profitabilitas. Salah satu rasio profitabilitas adalah *Return on Asset*, yang digunakan untuk mengetahui seberapa efektivitas suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua aset yang dimilikinya. *Return on Asset* merupakan rasio antara laba bersih setelah pajak dan total aset. *Return on Asset* yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dalam menghasilkan laba (Purba & Amrul, 2018). Sejumlah penelitian mengemukakan mengenai berbagai faktor yang berpengaruh terhadap profitabilitas, antara lain: pertumbuhan penjualan, struktur modal, ukuran perusahaan. Faktor tersebut mampu mendukung upaya peningkatan profitabilitas perusahaan.

Penjualan merupakan faktor utama perusahaan dalam mendapatkan laba, Dimana pertumbuhan penjualan merupakan salah satu gambaran dari besar kecilnya sebuah kinerja didalam suatu perusahaan karena sebagian sumber pendapatan perusahaan bersumber dari aktivitas penjualan. Semakin besar stabilitas penjualan yang dihasilkan dari suatu perusahaan maka akan berdampak positif pula untuk keberlangsungan hidup perusahaan (Maryanti et al., 2022). Pertumbuhan penjualan menurut Setyawati, (2018)

tingginya tingkat pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan strateginya atau sasaran penjualannya. Ketika pertumbuhan penjualan terus bertambah, maka besarnya keuntungan juga meningkat. Sebaliknya, apabila tingkat pertumbuhan penjualan menurun, maka laba yang diperoleh juga akan menurun. Naiknya penjualan berdampak cukup strategis pada peningkatan profitabilitas perusahaan, sebab peningkatan pertumbuhan penjualan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi dapat mengindikasikan semakin luasnya perkembangan usaha perusahaan dan pangsa pasar yang dimiliki perusahaan tersebut (Lailia et al., 2024). Variabel pertumbuhan penjualan telah digunakan pada penelitian sebelumnya, antara lain oleh (Yuliyanto et al., 2021), (Lailia et al., 2024) dan (Rahmawati et al., 2023) sehingga relevan untuk digunakan dalam penelitian ini.

Struktur modal merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur keseimbangan pengeluaran jangka panjang dalam perusahaan, yang dianalisis melalui rasio antara utang jangka panjang dan modal sendiri (Fadilah, 2022). Struktur modal adalah susunan dana yang dimanfaatkan dan dialokasikan oleh perusahaan, yang bersumber dari utang jangka panjang serta modal milik perusahaan. Identifikasi struktur modal perusahaan sangat penting dilakukan, karena dengan pengelolaan struktur modal yang optimal, perusahaan dapat meminimalkan biaya sekaligus memaksimalkan tingkat profitabilitas, sehingga memberikan dampak positif bagi kinerja keuangan jangka panjang perusahaan. Pada penelitian ini, struktur modal diukur menggunakan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) alasannya karena utang yang diperoleh perusahaan mencerminkan sejauh mana perusahaan mengandalkan utang sebagai sumber pembiayaan untuk operasional dan investasi. Variabel struktur modal telah digunakan pada penelitian sebelumnya, antara lain oleh (Fadilah, 2022), (Fathoni & Syarifudin, 2021) dan (Widyaswari & Utomo, 2024) sehingga relevan untuk digunakan dalam penelitian ini.

Likuiditas juga menjadi salah satu aspek yang berpotensi memengaruhi profitabilitas. Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi

kewajiban jangka pendeknya atau yang akan jatuh tempo. Menurut Kasmr (2019) menyatakan bahwa rasio likuiditas adalah ukuran yang digunakan untuk menilai tingkat likuiditas suatu perusahaan. Penilaian ini dilakukan dengan membandingkan total aset lancar dengan total kewajiban jangka pendek yang tercatat di neraca. Ada dua hasil penilaian terhadap ukuran rasio likuiditas ini, yaitu jika perusahaan tersebut berada pada kondisi likuid. Begitupun sebaliknya, apabila perusahaan tidak mampu untuk memenuhi kewajibannya maka perusahaan tersebut dapat dikatakan tidak likuid. Pada penelitian ini, likuiditas diukur menggunakan *Current Ratio* (CR) alasannya karena rasio ini paling umum digunakan dan memberikan gambaran yang jelas mengenai potensi perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek menggunakan aset lancar. Variabel likuiditas telah digunakan pada penelitian sebelumnya, antara lain oleh (Darmayanti & Susila, 2022) dan (Felicia dan Viriany, 2023) sehingga relevan untuk digunakan dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini penulis menambahkan variabel ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi untuk menguji apakah variabel ukuran perusahaan akan memperkuat atau memperlemah hubungan yang terjadi antara variabel bebas dan variabel terikat. Indikator yang menunjukkan besar atau kecilnya perusahaan adalah ukuran perusahaan, biasanya diukur berdasarkan nilai ekuitas, penjualan, atau total aset yang dimiliki. Pada penelitian ini, ukuran perusahaan dinyatakan sebagai total aset yang diukur menggunakan logaritma natural dari total aset tersebut. Adapun kaitannya struktur modal dengan ukuran perusahaan yaitu, dengan ukuran yang lebih besar perusahaan cenderung memiliki DER yang lebih tinggi, yang mencerminkan kemampuan mereka untuk memanfaatkan utang secara efektif dalam pembiayaan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selanjutnya, kaitannya pertumbuhan penjualan dengan ukuran perusahaan di mana perusahaan dengan aset lebih besar memiliki kemampuan operasional dan daya saing yang lebih kuat, sehingga dapat mendukung peningkatan penjualan dan profitabilitas. Variabel ukuran perusahaan telah digunakan sebagai variabel moderasi pada penelitian sebelumnya, antara lain oleh

(Lailia et al. 2024), (Fathoni & Syarifudin, 2021) dan (Rahmawati et al., 2023) bahwa ukuran Perusahaan itu bisa menjadi variable moderasi.

Terdapat perbedaan hasil pada berbagai penelitian terdahulu terkait pengaruh pertumbuhan penjualan, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. (Yuliyanto et al., 2021), Balami & Koirala (2024) menemukan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan, sedangkan (Lailia et al., 2024) dan (Rahmawati et al., 2023) menyatakan tidak berpengaruh. Terkait struktur modal, (Fadilah, 2022) menyimpulkan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh positif signifikan, sementara (Fathoni & Syarifudin, 2021) menyatakan pengaruhnya negatif dan (Widyaswari & Utomo, 2024) menyatakan tidak berpengaruh. Untuk likuiditas menurut (Darmayanti & Susila, 2022) menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Dan menurut (Felicia dan Viriany, 2023) likuiditas berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Untuk ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, (Lailia et al., 2024) dan (Fathoni & Syarifudin, 2021) menemukan bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh variabel independen terhadap profitabilitas. Namun, (Rahmawati et al., 2023) menyatakan ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan, sedangkan (Widyaswari & Utomo, 2024) menemukan bahwa ukuran perusahaan dapat memoderasi secara negatif hubungan antara struktur modal terhadap profitabilitas. Dan menurut penelitian (Talenta Marpaung et al., 2023) menemukan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas.

Berdasarkan fenomena diatas terdapat ketidaksesuaian antara peneliti satu dan lainnya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dan memberikan kontribusi dalam memahami hubungan antara struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali yang berjudul **“Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi”**

(Studi Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Besar yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang, maka rumusan masalah untuk penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas?
2. Bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas ?
3. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas?
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas?
5. Apakah ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas ?
6. Apakah ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas ?
7. Apakah ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk membuktikan secara empiris dan menghasilkan model yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh struktur modal terhadap Profitabilitas
2. Untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas
3. Untuk menguji pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas
4. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas
5. Untuk menguji pengaruh struktur modal terhadap Profitabilitas yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan
6. Untuk menguji pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan
7. Untuk menguji pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas wawasan terkait pengaruh struktur modal, pertumbuhan penjualan dan likuiditas terhadap profitabilitas, dengan ukuran perusahaan sebagai variable moderasi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak perusahaan untuk memecahkan masalah yang dihadapi perusahaan sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai secara optimal.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk mendukung dalam pengambilan keputusan di masa mendatang, terutama mengantisipasi potensi resiko yang mungkin muncul. Hal ini bertujuan agar tujuan investasi jangka panjang dapat tercapai secara optimal.